

# INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



**ESTADOS UNIDOS**  
Temporada de otoño 2024/invierno 2025

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Oficina Española de Turismo de Nueva York

NIPO: 219-24-018-5

Octubre 2024



### TABLA DE CONTENIDO

Coyuntura económica

Factores político sociales

Evolución reciente de la demanda turística

Indicadores de prospectiva

Principales conclusiones

# INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

ESTADOS UNIDOS Temporada de otoño 2024/ invierno 2025

## COYUNTURA ECONÓMICA

### CUADRO MACRO

|   | 2022    | 2023    | Previsión<br>2024 |
|---|---------|---------|-------------------|
| <b>PIB REAL</b><br>(Tasa de variación interanual)             | 1,9     | 2,5     | 2,4               |
| <b>RENTA DISPONIBLE</b><br>(Dólares USD per cápita)           | 77.287  | 81.744  | 85.548            |
| <b>TASA DE HOGARES DE CLASE MEDIA</b><br>(%)                  | 87,4    | 87,3    | 87,4              |
| <b>GASTO DEL CONSUMIDOR</b><br>(Tasa de variación interanual) | 9,2     | 6,1     | 5,2               |
| <b>POBLACIÓN EMPLEADA</b><br>(En miles)                       | 158.298 | 161.044 | 161.639           |
| <b>TASA DE DESEMPLEO</b><br>(% s/ población activa)           | 3,6     | 3,6     | 4,1               |
| <b>INFLACIÓN</b><br>(Tasa de variación interanual)            | 8       | 4,1     | 3,0               |
| <b>IPC</b><br>(2010=100)                                      | 149,9   | 156,0   | 161,2             |
| <b>TIPO DE CAMBIO DIVISA USD/euro</b><br>(Valor medio)        | 1,05    | 1,08    | 1,08              |

Fuente: Bureau of Labor Statistics, Federal Reserve, Conference Board, The Economist Intelligence Unit, Oxford Economics. Octubre 2024.

En 2023, el crecimiento del PIB real de Estados Unidos fue del 2,5% interanual, desafiando las expectativas de recesión gracias al robusto comportamiento del consumo, y destacando la resiliencia de la economía estadounidense a pesar del endurecimiento de la política monetaria. En 2024, la Reserva Federal no anticipa una recesión, aunque proyecta un escenario de crecimiento moderado. Tras cuatro años sin ajustes, el banco central ha comenzado a recortar las tasas de interés, con una disminución de 50 puntos básicos en su reunión de septiembre, que busca apoyar también al mercado laboral. El coste del dinero habría dejado atrás sus cotas máximas.

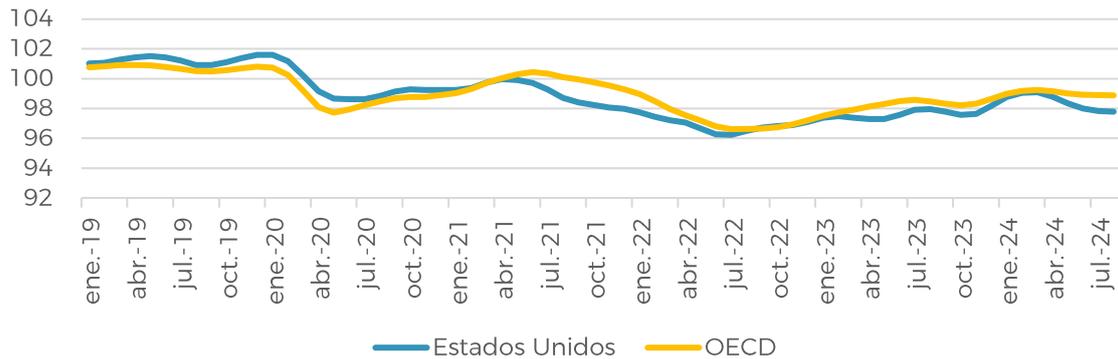
Por otro lado, la inflación alcanzó el 4,1% en 2023 y, según las últimas proyecciones de la Reserva Federal, se espera que descienda al 2,8% en 2024. El mayor desafío económico para el período 2024-2025 podría ser la persistencia de una elevada inflación, que tendría un impacto negativo en el poder adquisitivo y la recuperación del consumo de los hogares. El objetivo de la Reserva Federal es controlar la inflación sin comprometer el crecimiento económico. El principal riesgo para 2024 es una posible desaceleración, a pesar de que el mercado laboral proyecta cerrar el año con una tasa de desempleo ligeramente superior al 4%.

4



El siguiente gráfico muestra el Índice de Confianza del Consumidor en base a la OCDE. Estados Unidos ha evolucionado favorablemente a lo largo de 2023 y 2024, situándose en valores próximos al índice general de la OCDE aunque manteniéndose ligeramente por debajo en los primeros ocho meses de 2024.

### Índice de confianza del consumidor (CCI)



Fuente: OCDE., siendo 100 el promedio histórico del índice. Octubre 2024.

5

El Índice de Confianza del Consumidor del U.S. Conference Board se situó en agosto (último dato disponible) en los 103,3 puntos (1985=100). La confianza general del consumidor se mantiene dentro de un rango estrecho que ha predominado durante el último año. Los consumidores estadounidenses siguen manifestando opiniones diversas, aunque con una mayor preocupación por la situación del mercado laboral.

En términos de tasa promedio de 2024, la confianza se mantiene más elevada entre los consumidores jóvenes y entre aquellos con ingresos superiores a los 100.000 \$ USD, quienes muestran un mayor nivel de confianza. La inflación general, la situación del mercado laboral, y el entorno político nacional, con las elecciones presidenciales a la vista, siguen siendo las principales preocupaciones de los consumidores.

## FACTORES POLITICO SOCIALES

Las próximas elecciones presidenciales de Estados Unidos en noviembre de 2024 se anticipan como un enfrentamiento muy polarizado entre demócratas y republicanos. Kamala Harris ha asumido la candidatura presidencial del Partido Demócrata, frente al ex presidente y candidato del Partido Republicano, Donald Trump. Ambos enfrentan una contienda reñida donde la división persistirá, dificultando la gobernabilidad y la formulación de políticas, especialmente en áreas como el cambio climático, la protección social o la fiscalidad. La previsión es que la carrera electoral se decida por un estrecho margen de votos en los estados indecisos, que resultarán trascendentales.

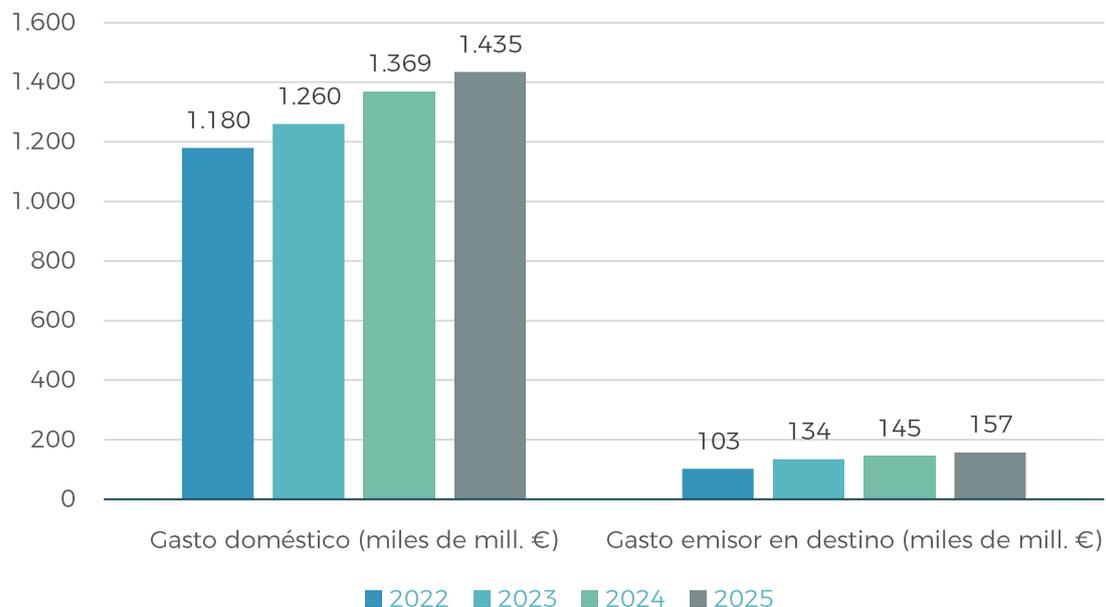
Entre 2024 y 2025 los ciudadanos estadounidenses deberán comenzar a solicitar el permiso de viaje “ETIAS” para poder entrar en los países europeos participantes en este sistema, entre ellos España. Este permiso de viaje habilitará su estancia por periodos cortos, inferiores a 90 días, y con fines generales de turismo, negocios o tránsito. El programa ETIAS estará destinado a controlar a los viajeros extranjeros como respuesta a una mayor exigencia de seguridad a nivel europeo y mundial. Se prevé que este nuevo requisito sea de rápida tramitación para el solicitante, con entrega electrónica, y que permita múltiples entradas por hasta 3 años desde su fecha de implantación.

### EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA

El gasto turístico doméstico en Estados Unidos ha mostrado una tendencia positiva constante en los últimos años. Entre 2022 y 2023, se registró un aumento significativo, pasando de 1,18 a 1,26 billones de euros, respectivamente. Las previsiones para 2024 sugieren mantener este crecimiento continuo, proyectando terminar el año con un gasto turístico de 1,37 billones. Para 2025, la previsión se mantiene alcista con una proyección que alcanzaría los 1,44 billones de euros. Este incremento refleja la robustez del sector turístico doméstico en Estados Unidos y la enorme capacidad para viajar internamente dentro del país.

6

#### Evolución gasto turístico. Transporte internacional excluido.



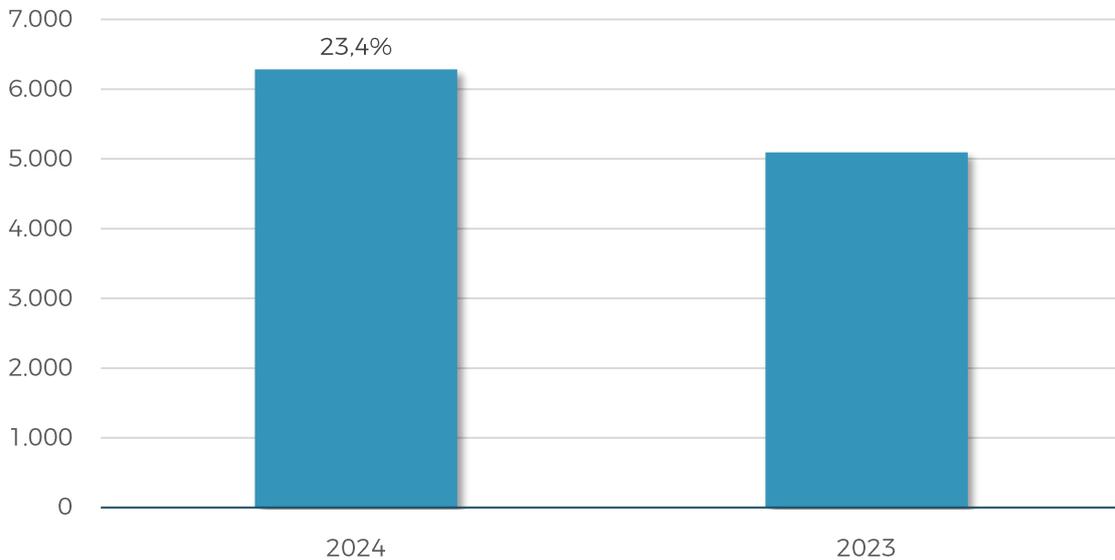
Fuente: Oxford Economics, octubre 2024.

Por su parte, el gasto turístico de los estadounidenses en el extranjero también ha aumentado de manera constante. De 103 mil millones de euros en 2022, pasó a 134 mil millones de euros en 2023, y las proyecciones para 2024 indican un nuevo incremento, estimándose el gasto en 145 mil millones de euros. Este valor crecería nuevamente hasta los 157 miles de millones de euros en 2025. Estos incrementos en el gasto turístico del mercado emisor estadounidense en el extranjero muestran una creciente disposición de sus ciudadanos para explorar destinos internacionales y sugiere un sólido poder adquisitivo.

En resumen, tanto el gasto turístico doméstico dentro de Estados Unidos como el gasto turístico internacional muestran una evolución muy positiva y prometedora para el año 2025. Los datos sugieren una dinámica saludable en el mercado turístico, con un aumento en el flujo de turistas tanto domésticos como internacionales, lo que beneficia tanto a la economía estadounidense como a la industria turística global.

### Gasto de los turistas estadounidenses en España (mill. €) Tasa de variación interanual (%) Enero-Agosto 2024-2023

7



Fuente: Estimación Turespaña a partir de microdatos INE, octubre 2024.

En 2023 visitaron España 3,8 millones de turistas de Estados Unidos frente a la cifra récord de 2019 de 3,3 millones, lo que supuso superar en un 15,4% el volumen de llegadas sobre 2019. Estados Unidos representó en 2023 el 4,5% del total de turistas internacionales en España. Cabe destacar que, según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (UNWTO), en 2023 Estados Unidos se ha posicionado como el segundo mercado emisor internacional en gasto a nivel mundial.

Por su parte, el gasto de los turistas estadounidenses en España ha experimentado un notable crecimiento del 23,4% interanual entre el acumulado de enero - agosto de 2024, respecto al mismo periodo de 2023-.

En el acumulado de los ocho primeros meses de 2024, el gasto alcanzó los 6.283 millones de euros, mientras que en el mismo periodo de 2023 se registraron 5.093 millones de euros. Este aumento tan significativo refleja un marcado interés por parte de los turistas estadounidenses en visitar España y disfrutar de su cultura, paisajes y experiencias turísticas. La tasa de crecimiento evidencia un mercado en expansión, lo que sugiere que España sigue siendo un destino atractivo para los viajeros estadounidenses.

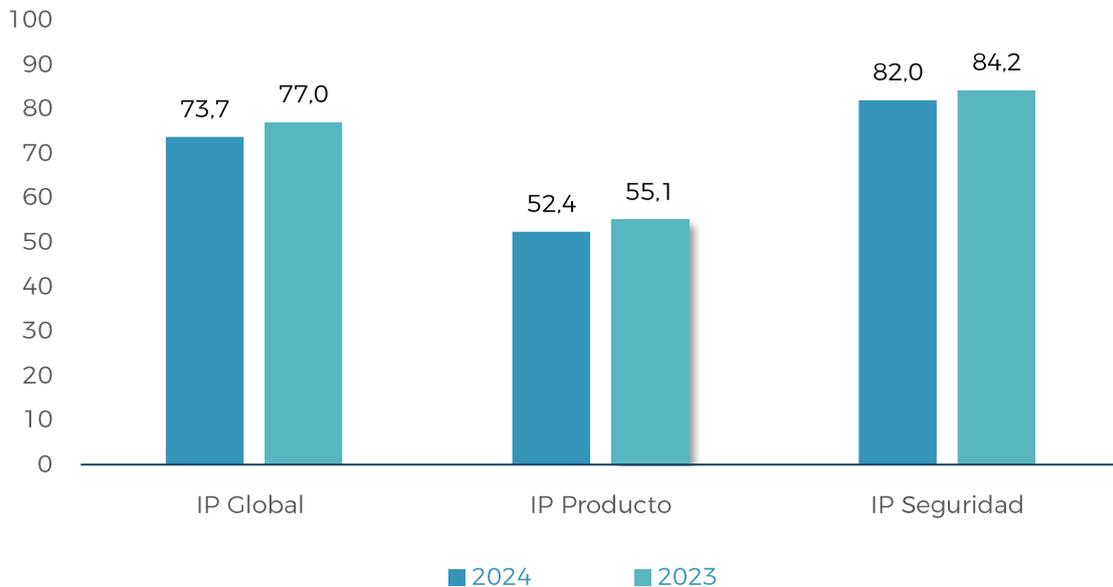
Como referencia, en 2024, Estados Unidos se está consolidando como el sexto mercado emisor internacional para España en cuanto al volumen de llegadas, y el cuarto emisor en cuanto a gasto, confirmando su enorme rentabilidad.

## INDICADORES DE PROSPECTIVA

8

### Percepción, consideración e intención del viaje

#### Índices de percepción en el semestre abril/octubre



Fuente: <https://mabrian.com/es/>, octubre 2024. Módulo de comportamiento, basado en PLN (Procesamiento de Lenguaje Natural) de menciones en redes sociales. IP Global = índice de percepción global del destino; IP Producto = índice de percepción del producto turístico; IP Seguridad = índice de percepción de seguridad.

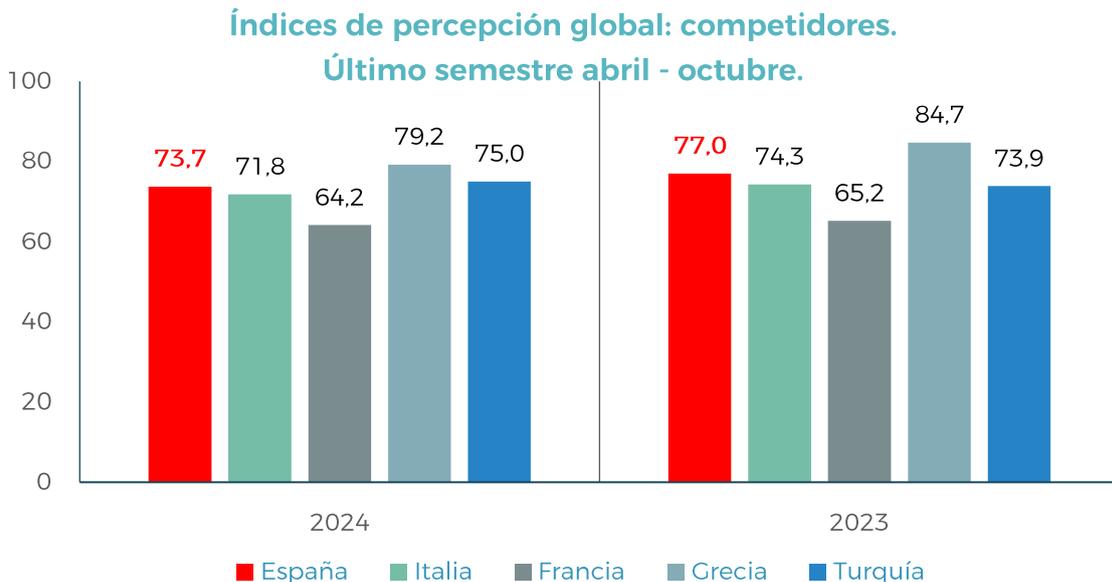


En cuanto a la percepción de España como destino turístico, en Estados Unidos se sitúa en niveles elevados. Aunque de forma generalizada se han contraído todos los indicadores de menciones en redes sociales para todos los países, España se mantiene en puntajes elevados, siendo el índice de seguridad el que obtiene una mejor valoración (82 puntos sobre 100).

El índice de Percepción Global se sitúa en el semestre abril-octubre de 2024 en los 73,7 puntos, evaluando con buena nota la satisfacción del turista estadounidense respecto a hoteles, producto, seguridad y clima en España, pudiéndose entender como una distribución media del sentimiento general. Por su parte, el índice de percepción del producto turístico se sitúa en los 52,4 puntos, resultando un valor ligeramente inferior al del mismo semestre del año anterior.

Estos indicadores se elaboran por la consultora Mabrian mediante técnicas de procesamiento natural del lenguaje (NLT, por sus siglas en inglés), que identifican las menciones en redes sociales a partir de la evaluación de varios productos, y clasifica estos comentarios de las redes sociales en positivos, negativos, y neutros.

9



Fuente: <https://mabrian.com/es/>, octubre 2024. Índice de percepción global, competidores.

Respecto a las puntuaciones para los competidores disponibles, la percepción general de España como destino turístico entre los estadounidenses se mantiene en niveles altos (73,7 puntos), ocupando España la primera posición entre sus rivales más directos (por delante de Italia, (71,8) y Francia, con 64,2 puntos), y únicamente por detrás de Grecia (79,2) y Turquía (75,0) en el total de los cinco competidores que se encuentran disponibles.



# INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

ESTADOS UNIDOS Temporada de otoño 2024/ invierno 2025

En la comparativa frente a Italia y Francia, principales rivales turísticos en el mercado emisor de EE.UU., España se mantiene a la cabeza en 2024, si bien reduce ligeramente su valoración con respecto al año anterior. Italia y Francia también han disminuido significativamente su percepción global respecto a 2023.

Respecto a los índices de consideración, intención de viaje, y satisfacción que elabora periódicamente la consultora YouGov sobre los principales destinos europeos para los estadounidenses, Italia mantiene su liderazgo en cuanto a consideración del destino (26,2%) y satisfacción (80,3% de viajeros satisfechos), y se sitúa en segundo lugar (por detrás de Reino Unido) en el índice de intención de viaje, siendo por ello el competidor mejor posicionado globalmente en los tres índices. No se aprecian cambios significativos en estas primeras posiciones, aunque destaca la baja valoración de Francia en satisfacción del viaje para los turistas de EE.UU., manteniéndose en la última posición de este ranking, con solo un 63,0% de turistas estadounidenses satisfechos.

10

## ÍNDICES DE CONSIDERACIÓN

| Ranking  | Destino       | 2024 (%)    | 2023 (%)    |
|----------|---------------|-------------|-------------|
| 1        | Italia        | 26,2        | 26,4        |
| 2        | Reino Unido   | 23,9        | 24,4        |
| <b>3</b> | <b>España</b> | <b>19,7</b> | <b>18,8</b> |
| 4        | Francia       | 19,1        | 18,5        |
| 5        | Alemania      | 17,2        | 17,2        |

## ÍNDICES DE INTENCIÓN DE VIAJE

| Ranking  | Destino       | 2024 (%)   | 2023 (%)   |
|----------|---------------|------------|------------|
| 1        | Reino Unido   | 4,4        | 3,8        |
| 2        | Italia        | 4,1        | 4,3        |
| 3        | Alemania      | 1,9        | 2,1        |
| 4        | Francia       | 1,9        | 1,8        |
| <b>5</b> | <b>España</b> | <b>1,7</b> | <b>1,4</b> |

## ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

| Ranking  | Destino       | 2024 (%)    | 2023 (%)    |
|----------|---------------|-------------|-------------|
| 1        | Italia        | 80,3        | 79,3        |
| <b>2</b> | <b>España</b> | <b>75,2</b> | <b>75,0</b> |
| 3        | Reino Unido   | 73,1        | 76,0        |
| 4        | Alemania      | 72,2        | 74,2        |
| 5        | Francia       | 63,0        | 60,6        |

Fuente: [YouGov Destination Index](#), octubre 2024.

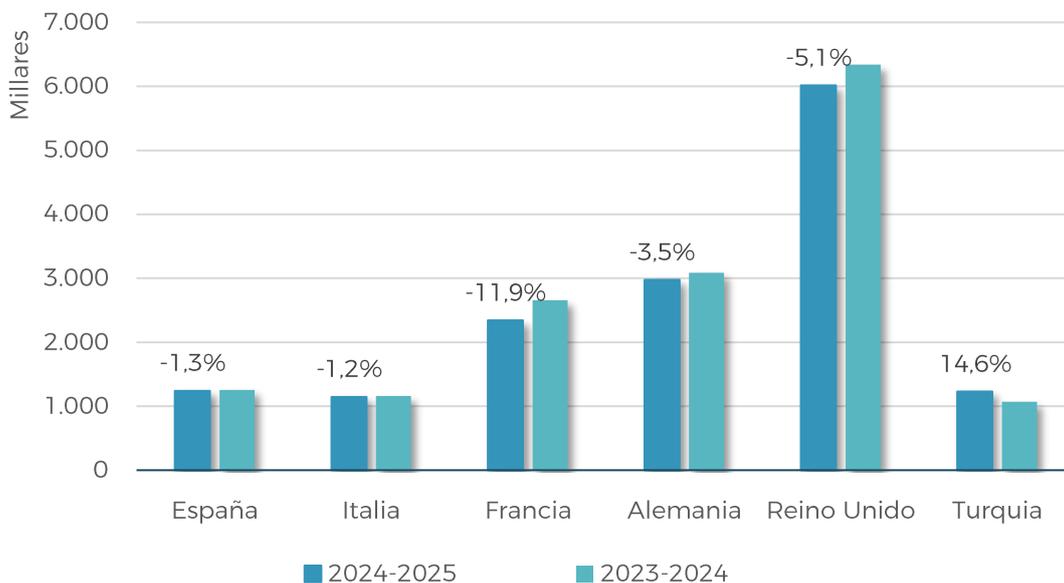


Reino Unido es el segundo destino en consideración (23,9%) y el primero en intención de viaje, pero se ve superado por España en cuanto a satisfacción. Alemania, por su parte, es el último mercado en consideración (17,2%), el cuarto en satisfacción (72,2%), y el tercer destino en intención de viaje.

En el mercado estadounidense, España se posiciona como el segundo destino con mayor satisfacción turística entre los estadounidenses, únicamente superado por Italia. Este índice revela que un 75,2% de los viajeros estadounidenses encuestados que ya nos han visitado en algún momento se manifiesta satisfecho con su visita a España, mejorando la valoración de nuestro país de 2023 (75,0%). España sube además a la tercera posición como destino con mayor consideración para viajar (19,7%), superando a Francia (19,1%), y manteniéndose como el quinto destino en cuanto a intención de viaje.

### Previsiones de vuelos

#### Asientos programados para la temporada: Otoño - Invierno



Fuente: OAG Schedules Analyser, octubre 2024.

La capacidad total de asientos programados (previsiones de datos OAG de octubre 2024) en conexiones de vuelos directos desde Estados Unidos a España, entre el 1 de octubre de 2024 y el 1 de abril de 2025, suponen un leve decremento cercano del 1,3% sobre el mismo periodo de la temporada 2023-2024.



De este modo, España se posiciona en cuarto lugar entre los principales destinos competidores europeos, por detrás de Reino Unido, Alemania y Francia, y por delante de Italia y Turquía. Reino Unido, en primera posición en valor absoluto, presenta históricamente las cifras de asientos más elevadas debido a sus lazos culturales y económicos con Estados Unidos.

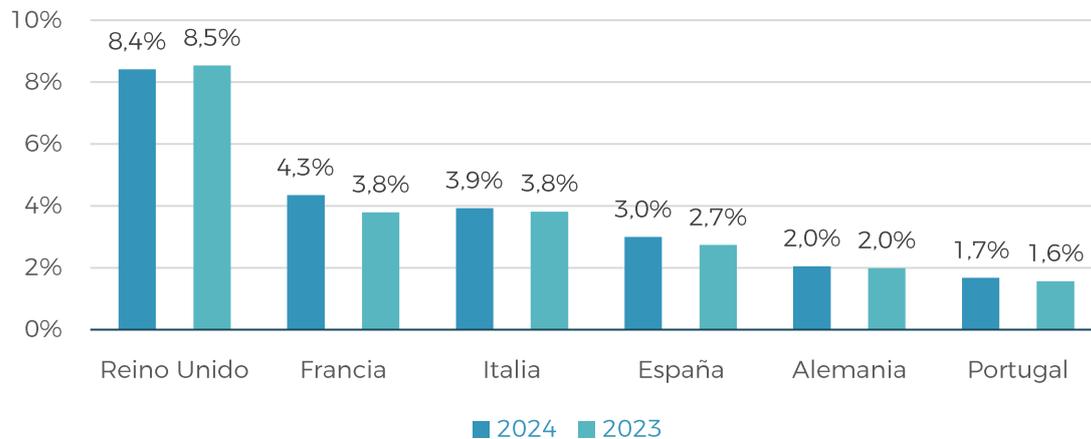
A pesar del leve decremento del -1,3%, España es el destino europeo que mejor diferencia porcentual presenta comparativamente frente a los descensos de los tres principales competidores: Francia (-11,9%), Reino Unido (-5,1%), Alemania (-3,5%).

Por su parte, Italia decrece en un porcentaje tan solo una décima de punto superior al de España (-1,2%), mientras que Turquía destaca en positivo con un crecimiento del 14,6%, siendo un mercado a seguir, con una positiva tendencia.

### Búsquedas y reservas

12

Cuota de búsquedas de vuelos.  
Septiembre 2024 VS Septiembre 2023



Fuente: [Google Destination Insights](#) - explotación Turespaña. Octubre 2024.

Las búsquedas de vuelos a los principales destinos de Europa realizadas en Google desde EE.UU. en septiembre de 2024 (último dato disponible) suman una cuota del 25,3% del total internacional, un 0,8% superior a la acontecida en septiembre de 2023 (24,1%). La búsqueda de vuelos hacia España ha aumentado su cuota 0,3 puntos porcentuales, pasando del 2,7% en septiembre de 2023 al 3,0% en septiembre de 2024. Entre los principales competidores, España es el segundo destino que más crece (+0,3%), por detrás de Francia (+0,5%), y por delante de Italia (+0,1%) y Portugal (+0,1%). Reino Unido presenta un decremento interanual de -0,1%, y Alemania registra un estancamiento (0,0%).



En cuanto a las búsquedas de alojamiento en Google en agosto de 2024, los principales destinos europeos alcanzan una cuota conjunta del 23,5%, lo que supone un 2,2% inferior a la de septiembre de 2023 (25,7%), con ligeras variaciones intergrupales: Italia (-0,7%), Reino Unido (-0,6%), Francia (-0,3%), España (-0,3%) y Alemania (-0,3%).

### Cuota de búsquedas de alojamientos. Agosto 2024 VS agosto 2023



13

Fuente: [Google Destination Insights](#) – explotación Turespaña. Octubre 2024.

En agosto de 2024, el destino más buscado en cuanto a cuota de alojamientos en Europa es Italia, con un 7,2%, seguido de Reino Unido (6,2%) y Francia (5,3%). España mantiene la cuarta posición con un 3,6%, por delante de Alemania (1,2%).

En el gráfico posterior se recogen las reservas de billetes de avión registradas para la temporada de invierno (1 de octubre de 2024 a 1 de abril de 2025), realizadas durante un año antes, desde Estados Unidos hacia España, y a los competidores disponibles, Francia, Grecia, Italia y Turquía, en aerolíneas IATA.

### Reservas en aerolíneas IATA. Otoño - Invierno 2024-2025.



Fuente: <https://forwardkeys.com/es/>. Octubre 2024.



España se sitúa en la segunda posición en reservas en aerolíneas IATA, al registrar un volumen absoluto de 304.402 reservas realizadas en los últimos 12 meses. Esta cifra es un -12,8% inferior respecto al mismo periodo de 2023, y al de los principales competidores europeos. A pesar de esta disminución invernal, España gana una posición en el ranking y supera a Francia en el segundo lugar.

Por su parte, Italia lidera el volumen de reservas, al igual que el año pasado, con un total de 394.336, pero presentando un acusado decremento interanual del -20,7%. Francia, se sitúa en tercera posición, registrando 285.485 reservas (-27,5%), Grecia en cuarta posición con 86.597 (-17,3%) y Turquía, en quinta, 36.043 (-37,6%). Por tanto, España es, con diferencia, el destino más beneficiado entre todos los competidores disponibles de cara a la temporada de invierno.

En el siguiente gráfico se muestran las reservas del mercado estadounidense en los principales destinos españoles (Comunidades Autónomas), para el periodo de otoño-invierno 2024-2025 (semestre octubre-marzo), siendo Cataluña y la Comunidad de Madrid las que acaparan el mayor número de reservas. Cataluña registra 186.546 y la Comunidad de Madrid 182.803.

La mayoría de destinos españoles principales presentan aumentos porcentuales de cara a la próxima temporada de invierno. Cataluña experimenta una variación interanual del 9,9%, Comunidad de Madrid del 7,7%, Andalucía del 15,3%, Comunidad Valenciana del -1,2%, Canarias del 17,9% y Baleares del 20,9%.

### Reservas en aerolíneas IATA. Temporada de invierno.



Fuente: <https://forwardkeys.com/es/>. Octubre 2024.

Las 24 rutas directas existentes en 2024 entre Estados Unidos y España, que conectan un total de 11 ciudades estadounidenses con 5 ciudades españolas, sitúan la conectividad aérea directa entre Estados Unidos y España en máximos históricos. De cara a 2025, la conectividad se verá reforzada con la incorporación de una nueva ruta directa entre Nueva York y Bilbao gracias a la expansión de United Airlines.



### PRINCIPALES CONCLUSIONES

Estados Unidos está demostrando su fortaleza económica con un crecimiento del PIB real del 2,5%, una tasa de desempleo del 3,6% y una inflación del 4,1%. Sin embargo, los pronósticos para 2025 dibujan una tendencia de crecimiento moderado, con aumento del PIB del 2,4%, una tasa de desempleo ligeramente superior al 4,1%, y una menor inflación del 2,8%. Por lo tanto, el principal riesgo económico para 2025 sería que se consolidara un nivel elevado de precios y un desempleo persistente, que generara un escenario de estanflación.

En este marco, los estadounidenses, a pesar de sus preocupaciones financieras y los posibles riesgos inflacionistas, proyectan un elevado entusiasmo para viajar en los próximos meses, manteniendo un nivel casi récord en el entorno de los 8 puntos en una escala de 0 a 10, y manifestando un 37,7% de los encuestados su intención de realizar un viaje turístico internacional en los próximos 12 meses, por delante de las previsiones de viajes del año pasado. Las últimas encuestas de octubre señalan que esta intención de viaje internacional viene liderada especialmente por la generación Z (43,0%) y Millennial (39,8%). Además, ambas generaciones manifiestan a su vez una mayor sensación de mejora económica con respecto al año anterior (*"The State of the American Traveler"*, Future Partners, octubre 2024).

Estas recientes encuestas de Future Partners apuntan también a una tendencia de incremento en los presupuestos de viaje, fruto de la inflación, pero también de la elevada demanda. *"The State of the American Traveler"* reporta que el presupuesto medio turístico se sitúa actualmente en torno a los 5.413 dólares, siendo el valor más elevado de toda la serie histórica. Este presupuesto es aún mayor en la generación *"baby boomer"*, alcanzando los 6.459 dólares y posicionándose a la cabeza del gasto turístico por delante de la media de Estados Unidos.

Cabe destacar que un 35,1% de los turistas estadounidenses consultados por Future Partners manifiestan que este es un buen o muy buen momento para gastar en turismo, suponiendo un crecimiento en la variación interanual del 9,6% respecto a 2023. Seis de cada diez estadounidenses (58,8%) indican a su vez que el turismo será una de sus más altas prioridades de gasto en los próximos tres meses (+8,0% interanual).

En este sentido, el entusiasmo turístico es robusto y las ganas de planear nuevos viajes se mantienen altas. Las tendencias más actuales apuntan a que 2024 marcará un nuevo récord histórico tanto en el volumen de llegadas como de gasto de los viajeros de

EE.UU., y se prevé que en 2025 se mantenga esta tendencia aunque con un menor incremento interanual.

Otra de las tendencias turísticas más recurrentes y que vienen confirmando los últimos datos es el aumento de la población viajera. De acuerdo con la “*National Travel and Tourism Office*” (NTTO) y el Departamento de Estado de los Estados Unidos, en el último año fiscal se han emitido un total de 24 millones de nuevos pasaportes, lo que supone un récord histórico en cuanto a población potencialmente viajera hacia destinos internacionales, alcanzando ya un 52% del total de ciudadanos de EE.UU.

La inteligencia artificial también continúa avanzando a buen ritmo. La previsión es que estas nuevas herramientas puedan llegar a complementar, o incluso reemplazar, a los agentes de viajes más tradicionales, con una evolución creciente en los últimos años.

Por su parte, una reciente tendencia detectada especialmente entre los jóvenes viajeros estadounidenses internacionales es el uso de portales de reservas de viajes a través de entidades bancarias y tarjetas de crédito de fidelización. Skift Research ha encuestado en 2024 a más de 1.000 titulares de tarjetas de crédito de EE.UU. que habían realizado al menos un viaje de larga distancia y pernoctado en el extranjero. Estos datos de Skift señalan que aproximadamente un tercio de los viajeros estadounidenses de la Generación Z y Millennial (entre el 32% y el 36%), con edades comprendidas entre los 18 y 34 años, reservaron sus viajes a través de portales de reservas de entidades bancarias y de tarjetas de crédito, en lugar de agencias de viajes online. Esto contrasta con los viajeros de mayor edad, quienes mostraron una mayor propensión a utilizar OTAs. Un 27% de las personas mayores de 55 años reservaron a través de estas agencias, mientras que solo utilizaron plataformas de tarjetas de crédito alrededor del 11% al 12%.

Además, el último barómetro de tendencias de mercados turísticos emisores de largo radio de la ETC, publicado en octubre de 2024, señala que Estados Unidos sigue destacándose como el principal mercado internacional para Europa.

De acuerdo a la ETC, la intención de viaje de los turistas procedentes de Estados Unidos hacia Europa se sitúa en un 23%, con un 10% de los encuestados que afirman que “probablemente” viajarán a Europa en el próximo cuatrimestre, y un 13% que lo harán “muy probablemente”.

Entre los distintos grupos demográficos, los estadounidenses de entre 35 y 49 años presentan la mayor intención de viajar, con un 30% de ellos planificando un viaje a Europa. En contraste, los viajeros más jóvenes (18-34 años) y los de mayor edad (50 años o más) muestran un menor interés, con solo un 22% y un 19%, respectivamente.

Entre los destinos europeos, es importante señalar que la ETC destaca que España se posiciona como el cuarto destino europeo con mayor intención de viaje para los turistas estadounidenses.

El aumento en la confianza del consumidor, debido a un clima empresarial positivo, la alta disponibilidad de empleo y las perspectivas optimistas de ingresos personales hacen que las expectativas de viaje desde este mercado sigan siendo muy positivas.

Se espera que muchos viajes a corto y medio plazo se reserven de forma anticipada, para asegurar tipos de cambio euro/dólar favorables. Es por tanto poco probable que cualquier movimiento en el tipo de cambio afecte significativamente a la demanda en el corto plazo, pero podría incidir ligeramente en la capacidad de gasto de los viajeros estadounidenses en Europa. La brecha que separa el euro y el dólar se mantiene estable y la tendencia indica que los viajes a Europa resultan, en cierto modo, convenientes para los estadounidenses.

17

Las previsiones en conectividad son optimistas. En 2024 se han consolidado 24 rutas aéreas directas, y de cara a 2025 la conectividad entre Estados Unidos y España se verá reforzada con la inauguración de una nueva ruta aérea estacional entre Nueva York y Bilbao, alcanzando un total de 25 rutas aéreas directas: Atlanta-Barcelona, Atlanta-Madrid, Boston-Barcelona, Boston-Madrid, Charlotte-Madrid, Chicago-Barcelona, Chicago-Madrid, Dallas-Barcelona, Dallas-Madrid, Los Ángeles-Barcelona, Los Ángeles-Madrid, Miami-Barcelona, Miami-Madrid, New York-Barcelona, New York - Bilbao, New York-Madrid, New York-Málaga, New York-Palma de Mallorca, New York-Tenerife, Philadelphia-Barcelona, Philadelphia-Madrid, San Francisco-Barcelona, San-Francisco-Madrid, Washington DC-Barcelona y Washington DC-Madrid.

United Airlines está expandiendo su red de destinos en España y será la única aerolínea estadounidense con servicio sin escalas a Bilbao, con vuelos directos desde el aeropuerto de Newark/Nueva York a partir del 31 de mayo de 2025. La expansión de United permite conectar Nueva York directamente con Barcelona, Bilbao, Madrid, Málaga, Palma de Mallorca y Tenerife. 2025 apunta a ser un año histórico para la conectividad directa entre Estados Unidos y España, y el nuevo vuelo estacional de United, tres veces por semana, proporcionará acceso directo al norte de España.

Dentro de España, los datos definitivos del INE para 2023 confirman que EE.UU. representa el 4,5% del total de turistas internacionales en España, y el 7,1% del total de gasto turístico internacional en España.



En cuanto al acumulado de 2024, en el periodo enero-agosto, España recibió 2.907.784 turistas procedentes de EE.UU., lo que representa un crecimiento del 14,5% respecto a 2023. Por su parte, el volumen de gasto presenta una variación interanual aún mayor, del 23,4%, alcanzando los 6.283 millones de euros, según la estimación de Turespaña a partir de datos INE. La previsión anual para 2024 es superar la barrera de los cuatro millones de llegadas de estadounidenses y sobrepasar los 8.500 millones de euros de gasto, lo que supondría un nuevo récord histórico.

Destaca especialmente la lealtad del turista estadounidense hacia España: más de un 40% de los turistas procedentes de EE.UU. repitió visita a España en 2023, demostrando, además, una estancia media elevada (7,1 noches) y un fuerte gasto medio por turista de 2.024 €. Conforme al INE, las actividades y motivaciones preferidas que realizan los estadounidenses en España se centran en el turismo urbano (68%), visitas culturales (62%), shopping (58%), gastronomía (34%) y naturaleza (23%).

Por su parte, el reciente estudio de la consultora internacional MMGY, *“Portrait of American International Travelers”*, señala que las principales motivaciones para los turistas estadounidenses interesados en visitar España son experimentar diferentes culturas (94%), experimentar una nueva gastronomía (90%), naturaleza y aire libre (86%), deseo por desconectar (82%) y emplear su tiempo con familiares y amigos (82%).

La ETC destaca, además, un creciente interés en la sostenibilidad y los factores medioambientales, registrando un 29% de viajeros estadounidenses priorizando limitar su huella de carbono en sus próximos viajes a Europa.

El mercado turístico emisor de EE.UU. hacia España está consolidándose como un mercado líder en competitividad, altamente rentable y con un fuerte carácter desestacionalizador. Su creciente relevancia para el sector turístico español se refleja en el continuo aumento de llegadas y en el elevado gasto turístico, lo que lo convierte en un mercado de alto valor estratégico.

Con un perfil de visitante ideal, de poder adquisitivo muy elevado, gran interés cultural y capacidad de viajar fuera de las temporadas de mayor demanda, Estados Unidos es una referencia para el posicionamiento de España en larga distancia. Los turistas estadounidenses tienen una percepción muy positiva de España como destino, que se ha convertido en una de sus opciones predilectas, lo cual subraya el gran potencial de crecimiento que ofrece este mercado.

Estados Unidos se mantiene como el primer mercado turístico emisor internacional no europeo hacia España, siendo el sexto emisor global en volumen de llegadas, y el cuarto mercado en cuanto a gasto en España.



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE INDUSTRIA  
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE TURISMO

TURESPAÑA 